

Tabakprodukt-Richtlinie | 12.09.2013 | Lesezeit 2 Min.

EU will Werbung weiter regulieren

In Deutschland gibt es knapp 15 Millionen Raucher ab 15 Jahren. Um vor allem den Zigarettenkonsum von Jugendlichen zu reduzieren, will die Europäische Kommission die Tabakprodukt-Richtlinie verschärfen – zum Leidwesen von Markenherstellern, die dadurch die unternehmerische Freiheit verletzt sehen.



Nach der neuen Tabakprodukt-Direktive (TPD) müssten Zigarettenpackungen in

Zukunft mindestens zu zwei Dritteln mit Schockbildern von verteerten Lungen oder schwarzen Raucherbeinen sowie mit Warnhinweisen versehen werden. So will Brüssel vor allem Jugendliche vom Rauchen abhalten. Ob das auf diese Art und Weise tatsächlich gelingen kann, ist bisher allerdings noch nicht bewiesen.

Die deutschen Markenartikler sehen durch die neue Richtlinie die Existenz von Marken bedroht. Durch die Bilder und Warnhinweise, so das Argument, bleibe auf der Packung kaum noch Platz für Markenlogos, Markenzeichen oder markentypische Schriftzüge. Damit gefährde die EU-Richtlinie die Existenz von Marken, denn Logos und das Design der Packung seien deren wesentliches Element und damit Eckpfeiler in der Kommunikation mit dem Verbraucher.

Gegenwärtig wird die Einheitsverpackung zwar nur für Tabakwaren diskutiert. Doch es ist zu erwarten, dass sich die Werberestriktionen auch auf andere Bereiche erstrecken, sobald diese als problematisch identifiziert werden. Dies kann von A wie Alkohol über F wie Fett bis hin zu Z wie Zucker reichen. Sollte zum Beispiel die Werbung für alle Produkte, die Alkohol, Zucker oder Fett enthalten, eingeschränkt oder gar verboten werden, hätte dies gravierende Folgen für die Werbewirtschaft (Grafik):

Jährlich investieren die Unternehmen in Deutschland rund 30 Milliarden Euro in Werbung - durch Anzeigen, Plakate, TV-Spots, Radio- oder Online-Werbung.



Im internationalen Vergleich mischen die deutschen Unternehmen in Sachen Werbung ganz oben mit – lediglich in den USA, in Japan und in China wird noch mehr Geld für Werbung ausgegeben.

Werbung für Zigaretten ist in Deutschland allerdings ohnehin weitestgehend verboten, seit Jahren sind die Packungen zudem mit Warnhinweisen versehen.

Der EU-Ministerrat hat sich zwar noch nicht zu einer endgültigen Position durchgerungen, allerdings hat der Rat sich auf eine gemeinsame Linie geeinigt, sodass jetzt mit dem Europäischen Parlament verhandelt werden kann. Dass die Tabakrichtlinie kommt, ist relativ sicher. Es muss jedoch geklärt werden, in welchem Umfang in Zukunft Warnhinweise und Bilder auf den Zigarettschachteln erscheinen.

Wahrscheinlich ist, dass diese zwischen 65 und 75 Prozent der Packungsoberfläche einnehmen sollen. Das EU-Parlament wird voraussichtlich im Oktober darüber abstimmen. In Kraft treten könnten die neuen Regelungen frühestens 2015.

Am Rande der Abstimmungen in Brüssel wird zudem das Thema „plain packaging“ diskutiert. Bei diesen Einheitsverpackungen dürfen keine Markenlogos oder Ähnliches auf den Schachteln erscheinen. Auf EU-Ebene ist dieses Thema zwar vom Tisch, Irland und Schottland aber halten weiterhin daran fest. Vorbild für die Einheitsverpackungen ist Australien. Der fünfte Kontinent hat plain packaging für Tabakwaren als erster eingeführt.

Kernaussagen in Kürze:

- Um vor allem den Zigarettenkonsum von Jugendlichen zu reduzieren, will die Europäische Kommission die Tabakprodukt-Richtlinie verschärfen.
- Nach der neuen Tabakprodukt-Direktive (TPD) müssten Zigarettenpackungen in Zukunft mindestens zu zwei Dritteln mit Schockbildern versehen werden.
- Jährlich investieren die Unternehmen in Deutschland rund 30 Milliarden Euro in Werbung.